

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian secara *online*, serta untuk mengetahui diantara variabel tersebut mana yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa STIESIA Surabaya. Sumber data yang digunakan adalah data primer, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan; uji kelayakan model menunjukan bahwa model ini layak untuk digunakan dan variabel promosi memiliki pengaruh yang sangat besar dari semua variabel independen; uji t dan regresi menunjukan harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Shopee diharapkan dapat memperhatikan harga, promosi dan kualitas pelayanan karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain yang belum dicantumkan dalam penelitian ini agar dapat memperluas penelitian, dan periode penelitian yang lebih *update*.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of price, promotion and quality of service to online purchasing decisions, as well as to know which of these variables are very influential on the purchase decision online.

The population used in this research is students of STIESIA Surabaya. Sources of data used are primary data, sampling technique using purposive sampling with the number of samples of 98 respondents. The classical assumption test used meets the specified criteria; the model feasibility test indicates that this model is feasible to use and the promotion variable has a very large influence of all independent variables; t test and regression show price, promotion, and quality of service have a significant and positive influence to the decision of purchase online.

Shopee is expected to pay attention to price, promotion and quality of service because it can influence purchase decision. For subsequent researchers to add other variables that have not been included in this research in order to expand the research, and the period of more updated research.

Keywords: purchase decision, price, promotion, service quality.

